



Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno studenta:

Martin Vejmla

Vedoucí:

Marek Reichman Bc. , M. S.

Ak. rok:

2015/2016

Téma BP:

Využití nástrojů digitálního marketingu při propagaci hudebního klubu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	7
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	6
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		42

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

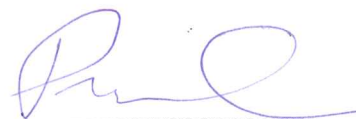
Připomínky k práci:

Velmi kladně hodnotím náročnost a užitečnost zvoleného tématu. V bakalářské práci student podrobně vymezuje teoretická východiska digitálního marketingu, marketingových analýz a nástrojů, které jsou následně aplikovány na daný podnik. Teoretická východiska student charakterizuje na základě řady kvalitních zdrojů. Na teoretickou část student navazuje v analýze uvedeného podniku, zejména analýzou současné situace a analýzou nástrojů pro digitální marketing, kde hodnotí faktory týkající se propagace hudebního klubu v rovině digitálního marketingu a jejich působení na podnik. Následně navrhuje vlastní opatření ke zvýšení povědomí o společnosti a buduje pozitivní vztah potenciálních i stávajících zákazníků k hudebnímu klubu. V závěru jsou shrnuty poznatky z analýzy a navržené změny a opatření. Bakalářská práce je logicky členěna, student dobře formuluje a pracuje s odbornými termíny. Student přistupoval ke zpracování bakalářské práce zodpovědně a samostatně.

Otázky k obhajobě:

Jaké další postupy by autor navrhl k udržení dlouhodobé růstové tendence z hlediska propagace v digitální sféře. Je možné tento rozvoj opakovat i v následujících letech bez použití finančních prostředků vynaložených na propagaci.

V Brně dne: 10. 05. 2016



.....
podpis vedoucího BP